

Das Businessmagazin für LADIES mit DRIVE

LADIES DRIVE

Seit 2007

WE ARE ALL
CONNECTED!

Ökonomisch, ökologisch,
online und überhaupt

DR. DEBORAH
HEIFETZ

Eine der renommiertesten
Krisenmanagerinnen unserer
Zeit über den inneren und
äusseren Frieden

LISA
WIMBERGER

Wie die Erfinderin des
„Neurosculpting“ es schaffte,
selbst CIA und FBI zu schulen

THE SPIRIT OF
BUSINESS

Wieso sich die neuen
Leader als Diener sehen

No. 47

We love slow reading: vierteljährliche
Erscheinungsweise für Ihre Quality-Me-Time

Herbstausgabe 2019, 12. Jahrgang
Schweiz, Deutschland, Österreich

LUPI SPUNNA FÜR LENA HOSCHKE



ZWISCHEN FRIDAYS FOR FUTURE UND ABGAS-SKANDALEN:

WIE SCHAFFEN WIR DEN SCHRITT ZUR WAHRlich NACHHALTIGEN MOBILITÄT?

Die neuen Geschäftsmodelle für Mobilität fokussieren sich heute stark auf alternative Antriebe, die vor allem im urbanen Raum einen besseren Verkehrsfluss sicherstellen sollen. „Nutzen statt besitzen“ ist neben E-Mobilität einer der Pfeiler, auf denen die Modelle aufbauen. Eine zufriedenstellende Mobilität von Haustür zu Haustür ergibt sich jedoch nur dann, wenn Autohersteller, Flottenbetreiber wie Sixt, UBER, Lynk, Waymo und Didi, aber auch MOIA und der kommunale ÖPNV kooperativ zusammenarbeiten und auf redundante Angebote verzichten. Unsere urbane Mobilität muss neu erfunden werden, um ökologisch-optimierte, stauvermeidende und generell individualverkehrreduzierende städtische Verkehrsflüsse sicherzustellen. Basis sind Smartphone-basierte Apps, die in intermodalen Angeboten auch Leih-E-Scooter, Leih-(E-)Motorroller und Leih-(E-)Bikes integrieren.

Klingt easy, ist es aber nicht! Denn dafür müsste eine erhebliche Anzahl angestammter Fürstentümer zu einer grossen, urbanen Angebotswelt verschmolzen werden. Resultat wären neue Ökosysteme, die unter kooperativer Mitwirkung der Partner, zu denen auch Telekommunikationsanbieter, Smartphone-Hardware und -Apps zählen, geschmiedet sind. Dass bislang die Interessen der Akteure und auch ihre jeweilige Art des Angebots divergierend sind, ist zu konstatieren: Städte und Kommunen haben erhebliche Investitionen und Personalkapazitäten in den ÖPNV gesteckt, die weder schnell zu privatisieren noch schmerzfrei durch neue Mobilitätsangebote wie Ridesharing, Ridehailing usw. zu ersetzen wären. **Hightech-Anbieter wie Waymo (Google), Amazon und Apple bauen emsig ihre eigene Logistik auf, um ihre plattformbasierten Geschäftsmodelle auf die Zeit während der Individualmobilität auszudehnen: Wenn das Auto autonom fährt oder für den Beifahrer im Ridesharing und Ridehailing, kann personalisierte Werbung ausgestrahlt und zu In-App-Einkäufen während der Fahrt animiert werden.**

Das Waymo-Angebot als Ausweitung der Google-Suchmaschine ins autonom fahrende Auto hinein, zielt genau darauf. Amazon und Apple werden vergleichbare Modelle verfolgen. Ich kann mir vorstellen, dass Waymo innerstädtische Kurzfahrten kostenlos anbietet, wenn die beförderte Person einwilligt, während des Transfers im autonom fahrenden Fahrzeug mit personalisierter Werbung dauerhaft beschallt zu werden. Die Werbetreibenden, die erheblich mehr Chancen auf Page Impressions gewinnen, wären in diesem zweiseitigen Plattform-Modell die Money-Side; d. h. Google wird für die urbanen Transfers die Werbetreibenden zur Kasse bitten, indem im Hintergrund verauktioniert wird, wer den höchsten Preis für die Ausstrahlung seiner personalisierten Werbung an die beförderte Person zu zahlen bereit ist.

Selbstverständlich wird nicht jeder eine solche Art kostenloser werbefinanzierter innerstädtischer Transfers goutieren. Neben „For free“-Angeboten wird es nach wie vor Konsumenten geben, die werbefrei und dafür mit einem eigenen Kostenbeitrag für den Transfer durch die Stadt fahren bzw. gefahren werden möchten. Wie können diese Alternativ-Angebote ausgestaltet sein, damit sie nicht unerhebliche Konsumentenzahlen anziehen und binden?

So wie wir es von Flugzeug oder auch Eisenbahn seit Jahrzehnten kennen, wird sich ein Angebot diverser (Preis-)Klassen für Carsharing, Ridehailing und auch Ridesharing entwickeln. Dies wird unterschiedliche Präferenzen und Bedürfnisstrukturen abbilden. Im Fernverkehr hat FlixBus, ein Alternativ-Anbieter für günstige Fernreisen, sein Angebot inzwischen von Busreisen auf Bahnreisen ausgeweitet. Die Preiswert- und vor allem die „For free“-Klassen werden andere Ausstattung in Interieur und Komfort aufweisen als die höherklassigen Angebote. Wir werden eine grössere Angebotsbreite an Fahrzeug-Komfortklassen auf den innerstädtischen Strassen sehen, wobei die Topqualitäten in Innenraumgestaltung und -ambiente Differenzierungsmerkmale sein werden, die den Wunsch nach Individualität erfüllen, so wie seit vielen Jahren der Siegeszug der SUVs trotz aller Appelle an ökologische Ziele ungebrochen ist.

Die Kommunen und der von ihnen betriebene ÖPNV müssen in diese Angebotsketten mit integriert werden. Die Produktivität der diversen Lösungsmodelle, seien sie alt oder neu, gehören auf den Prüfstand, um in einem „Grösser-Denken“ Platz zu machen für zeitgemässe Mobilität, die eine Vielzahl von Nebenbedingungen erfüllt. **Stellt sich nur die Frage, wer der „grosse Akteur“ sein wird, der diese Entwicklungen konzertiert? Wir wollen doch nicht warten und zusehen, wie High Techies dieses Feld okkupieren und nicht mehr frei geben?**



PROF. DR. DORIS KORTUS-SCHULTES
leitet das weltweit einzige Kompetenzzentrum
für Frau und Auto an der Hochschule Niederrhein.
Kortus-Schultes@hs-niederrhein.de,
www.frau-und-auto.hsnr.de

NORBERT HÜTTERMANN



THE LEAGUE OF
LEADING LADIES
CONFERENCE

it's a smart world

conference_2020

GET
YOUR
TICKET

7TH AND 8TH MAY 2020

@Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa Interlaken

WITH KEYNOTES OF:

LISA WIMBERGER (USA) BESTSELLING AUTHOR & FOUNDER "THE NEUROSCULPTING INSTITUTE"

PETER KOENIG (GB) MONEY PSYCHOLOSOPHINEER

KITTY YEUNG (USA) CREATIVE TECHNOLOGIST & PHYSICIST @SILICON VALLEY

MATTIAS RIBBING (SWE) GRAND MASTER OF MEMORY, AUTHOR, KEYNOTE SPEAKER

MORE SPEAKERS TO BE ANNOUNCED SOON.

PRESENTING SPONSORS:

**AMERICAN
EXPRESS**

sisley
PARIS

She's
Mercedes

Van Cleef & Arpels

LUZERN 

LOCATION SPONSOR:


Victoria Jungfrau
GRAND HOTEL & SPA

[LEAGUEOFLEADINGLADIES.COM/LLL2020](https://leagueofleadingladies.com/LLL2020)